Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Сибирский государственный индустриальный университет»

Кафедра менеджмента и отраслевой экономики

ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет»

Подписано цифровой подписью: ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет»
DN: cn=ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», o=ФГБОУ ВО «Сибирский государственный индустриальный университет», title=проректор по учебной и воспитательной работе, c=RU, st=42 Кемеровская область - Кузбасс, l=Новокузнецк, email=uchebn_otdel@sibsiu.ru, sn=Темлянцев, givenName=Михаил Викторович, street=ул. Кирова, зд. 42, 1.2.643.3.131.1.1=120C303034323136303033353039, 1.2.643.100.1=120D313032343230313437303930383, 1.2.643.100.3=120B303437373933353837313 6
Дата: 2021.05.31 13:31:46 +07'00'

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и воспитательной работе
_____ М.В. Темлянцев
подпись
«_____» _____ 20___ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Менеджмент и маркетинг на транспорте

23.05.04 «Эксплуатация железных дорог»
(направленность (профиль): «Промышленный транспорт»)

Квалификация выпускника
Инженер путей сообщения

Форма обучения
Очная форма

Срок обучения: 5 лет

Год начала подготовки 2021

Новокузнецк
2021

1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Целями учебной дисциплины являются:

– ознакомление обучающихся с основами современной теории и практики управления;
– формирование профессионала, владеющего законами, категориями, принципами управления, умеющего творчески реализовать их на практике в конкретных ситуациях;
– формирование у обучающихся представления о том, что маркетинг является инструментом достижения поставленных предприятием экономических и социальных целей посредством эффективного удовлетворения потребностей благодаря производству и предложения конкурентоспособных товаров;
– формирование навыков по исследованию рынка.

Задачами учебной дисциплины являются:

– усвоение основных понятий, определений, методов и приемов менеджмента;
– применение знаний в области менеджмента творческой деятельности в профессиональной сфере;
– представление о субъекте и объекте управления, особенностях управления организациями в современных условиях;
– приобретение опыта принятия объективных управленческих и организационных решений, их оценки и анализа;
– решение задач по выработке общих стратегий и определять конкретные маркетинговые стратегии: товарную, ценовую, сбытовую, коммуникационную и т.д.;
– маркетинговый подход способствует выбору наиболее успешной тактики поведения на рынке и осуществлению строгого контроля (мониторинга) в течение всего процесса реализации маркетинговой программы предприятия.

2 Место учебной дисциплины в структуре ООП по направлению подготовки (специальности)

Учебная дисциплина относится к учебным дисциплинам обязательной части **Блока 1 «Дисциплины (модули)»** ООП по направлению подготовки (специальности) 23.05.04 «Эксплуатация железных дорог».

Учебная дисциплина базируется на предварительном усвоении обучающимися учебных дисциплин:

– Организационная психология;
– Культура речи и деловое общение;
– Культурология.

Учебная дисциплина дополняет знания, умения и навыки, получаемые по одновременно изучаемым и последующим дисциплинам:

– Основы логистики на транспорте;

– Организация технологических перевозок на промышленном транспорте.

3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– Общепрофессиональные компетенции

Наименование категории (группы) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК	Планируемые результаты обучения
Организация и управление производством	ОПК-7: Способен организовывать работу предприятий и его подразделений, направлять деятельность на развитие производства и материально-технической базы, внедрение новой техники на основе рационального и эффективного использования технических и материальных ресурсов; находить и принимать обоснованные управленческие решения на основе теоретических знаний по экономике и организации производства	ОПК-7.2 Применяет методы организации и планирования производственных процессов; современные методы управления персоналом	– знать: методы организации и планирования производственных процессов; современные методы управления персоналом. – уметь: применять методы организации и планирования производственных процессов. – владеть: методами эффективного управления подразделением и предприятием.
		ОПК-7.3 Анализирует основные финансовые документы при планировании производственно-хозяйственной деятельности и составлении отчетности предприятия	– знать: перечень документов отчетности производственно-хозяйственной деятельности. – уметь: анализировать основные финансовые документы. – владеть: навыками заполнения графиков исполненной работы, расчёта учетной карточки, заполнения комплекта перевозочных документов, ведения журналов учета

			подвижного состава.
		ОПК-7.4 Принимает экономически обоснованные инженерно-технические, организационные и управленческие решения	– знать: классификацию основных материалов, применяемых на транспорте, их строение, свойства и области применения. – уметь: применять полученные знания для выявления сущности проблем, возникающих в профессиональной деятельности и их своевременного решения. – владеть: навыками выбора материалов для применения при эксплуатации транспортных машин с учетом комплекса их свойств и требований безопасной, эффективной эксплуатации и стоимости.
		ОПК-7.5 Использует современные экономические методы повышения эффективности использования ресурсов	– знать: экономические методы повышения эффективности использования ресурсов. – уметь: использовать элементы ресурсосбережения на транспорте. – владеть: адаптацией экономических методов повышения эффективности использования ресурсов.
		ОПК-7.6 Разрабатывает бизнес-планы инновационных проектов и производит расчеты основных экономических пока-	– знать: основы бизнес-планирования на транспорте. – уметь: производить расчеты ос-

		зателей	новных экономических показателей на транспорте. – владеть: навыками разработки бизнес- планов инновационных проектов и выполнения расчетов основных экономических показателей.
Организационно-кадровая работа	ОПК-9: Способен контролировать правильность применения системы оплаты труда и материального, и нематериального стимулирования работников	ОПК-9.3 Осваивает и применяет методы трудовой мотивации сотрудников	– знать: систему материального и нематериального стимулирования персонала. – уметь: контролировать правильность применения системы оплаты труда. – владеть: способностью к трудовой мотивации сотрудников.
		ОПК-9.4 Осуществляет реализацию различных социальных программ, проводит корпоративные мероприятия, предоставляет сотрудникам возможность участия в принятии важных решений	– знать: различные социальные программы. – уметь: реализовать программу «Кадровый резерв». – владеть: способностью реализовывать различные социальные программы.

– Универсальные компетенции

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК	Планируемые результаты обучения
Системное и критическое мышление	УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2 Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи	– знать: информационное обеспечение и системы обеспечения информационной безопасности перевозок грузов в смешанном сооб-

			щении. – уметь: решать поставленные задачи в области транспорта. – владеть: методами анализа функционирования транспортных потоков.
		УК-1.3 Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивает их преимущества и риски	– знать: научные основы технологических процессов распределения перевозок между различными видами транспорта. – уметь: оценивать преимущества и риски альтернативных вариантов по перевозке грузов. – владеть: навыками решения задач с учетом их преимуществ и рисков.

4 Объем и содержание учебной дисциплины

Учебные занятия по учебной дисциплине проводятся в форме контактной работы и в форме самостоятельной работы обучающихся.

Контактная работа обучающихся с педагогическим работником включает в себя занятия лекционного типа (лекции), занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы), промежуточную аттестацию обучающихся и иную контактную работу, предусматривающую групповую или индивидуальную работу обучающихся с педагогическим работником. Контактная работа обучающихся с педагогическим работником может быть аудиторной, внеаудиторной, а также проводиться в электронной информационно-образовательной среде.

Объем учебной дисциплины

Семестр / курс		***ИТОГО***	***6 семестр***
Форма промежуточной аттестации			*зачет*
Трудоёмкость	*академ. час.*	***72***	*72*
	зачетных единиц	***2***	*2*
Лекции, *академ. час.*		***16***	*16*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Лабораторные работы, *академ. час.*		***0***	*0*

в форме практической подготовки	***0***	*0*
Практические занятия, *академ. час.*	***16***	*16*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Курсовая работа / проект, *академ. час.*	***0***	*0*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Консультации, *академ. час.*	***0***	*0*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Самостоятельная работа, *академ. час.*	***40***	*40*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Контроль, *академ. час.*	***0***	*0*
в форме практической подготовки	***0***	*0*

Содержание учебной дисциплины

Раздел 1 Введение. Менеджмент: вид деятельности и система управления. Развитие менеджмента в прошлом и настоящем. Методологические основы менеджмента. Понятие организационной системы как объекта. Интеграционные процессы в менеджменте (Понятие менеджмента как вида деятельности, как науки об управлении организациями и системе управления. Функциональные виды менеджмента (экономический, инженерный, финансовый, правовой и др.) Этапы развития менеджмента. Основные этапы развития системы управления отечественным транспортном и ее современное состояние.

Объект и предмет менеджмента как науки об управлении. Понятие организационной системы как объекта менеджмента. Задача управления. Главные параметры управления. Методологические основы и особенности организации управления на транспорте. Организационные структуры управления отечественным транспортом и ее современное состояние.

Понятие о централизации и децентрализации в управлении. Выгоды и недостатки интеграционных процессов. Общие принципы объединения бизнес-процессов. Консолидация или факторы эффективности.);

Раздел 2 Моделирование ситуаций и разработка решений, природа и состав функций менеджмента. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Организационные отношения в системе менеджмента. (Модели ситуаций и управленческих решений. Критерий оптимальности решений. Модель максимизации прибыли. Модель минимизации затрат. Понятие о ресурсах как средства достижения целей бизнеса. Модели управления ресурсами (одно продуктовые, много продуктовые, вероятностные и детерминированные). Модели разработки решений с учетом рисков.

Понятие о стратегии и тактике развития. Планирование процессов развития. Сбалансированное развитие - основа высоких темпов роста и выживания в условиях рынка. Формирование экстенсивного и интенсивного типа развития в процессе стратегического и тактического планирования на транспорте.

Отношения подчинения и власти. Определение власти. Типы власти. Вертикальная стратификация. Понятие административной и функциональной власти. Отношения равноправного партнерства.);

Раздел 3 Мотивация деятельности в менеджменте. Регулирование и контроль в системе менеджмента. Особенности менеджмента на транспорте. (Мотивация как логическое обоснование деятельности, направленной на достижение определенных целей. Первичные и вторичные потребности. Закон вознаграждения и результата. Основные понятия теории справедливости и удовлетворения потребностей.

Регулирование и контроль как функции менеджмента. Контроль как средство обратной связи в контуре управления. Значение контроля при принятии решений. Организация регулирования и контроля. Характеристика контроля по способам проведения. Контроль по отклонениям. Управление развитием и использованием производственных мощностей транспорта. Управление перевозочным процессом. Информационное обеспечение процессов управления на транспорте. Государственное регулирование на транспорте.);

Раздел 4 Лидерство. Управление человеком и группой. Конфликтность в менеджменте. (Коллектив и малая социальная группа. Формальное и неформально лидерство. Общая модель коммуникаций. Лидерство в малых группах. Руководство и лидерство. Стили лидерства. Личность и ее структура. Понятие о группах и коллективах. Структура группы. Основные принципы организации и управления группой.

Понятие конфликта в менеджменте. Функциональные и дисфункциональные конфликты. Структурные методы разрешения конфликтов. Стили разрешения конфликтов. Методы управления конфликтами.);

Раздел 5 Предметы и задачи курса. Управление маркетинговой де-ятельностью. Маркетинговая среда. Сегментирование рынка и позиционирование товара на нем. Разработка и жизненный цикл товара. Маркетинговые исследования. (Нужды, потребности, запросы, товар, обмен, сделка и рынок. Концепции маркетинга, задачи, решение которых необходимо для достижения желаемых уровней сбыта на разных рынках, принципы и методы их решения. Цели маркетинговой деятельности: Достижение максимально возможного потребления.

Достижение максимальной потребительской удовлетворенности. Предоставление максимально широкого выбора. Максимальное повышение качества жизни.

Поставщики, посредники, клиенты, конкуренты, рынок. Факторы в экономике. политике, окружающей среде, политике, культуре, научно- технические факторы.

Массовый маркетинг, товарно-дифференцированный маркетинг, целевой маркетинг. Мероприятия целевого маркетинга. Сегмент. Сегментация. Сегментирование рынка. Переменные, используемые для сегментирования потребительских рынков. Выбор целевого сегмента. Три ва-

рианта стратегии охвата рынка.
Позиционирование товара на рынке: практическое позиционирование, позиционирование, позиционирование товара с учетом кластеров потребителей.
Формирование идей, отбор идей, замысел товара. Разработка стратегии маркетинга. Разработка товара. Испытания в рыночных условиях. Развертывание коммерческого производства. Этап выведения товара на рынок, этап становления товара на рынке, этап зрелости, этап упадка.);

Раздел 6 Товары, марки, упаковка, услуги. Поведение потребителей при совершении покупки. Маркетинговые решения по ценообразованию. (Товар. Товарная единица. Уровни товара: товар по замыслу. Товар в реальном исполнении, товар с подкреплением. Упаковка. Маркетинг услуг. Классификация услуг. Отличительные черты услуги, в отличие от товара. Характерные черты маркетинга услуг. Концепция жизненного цикла товара.
Новинка. Восприятие. Этапы процесса восприятия товара-новинки. Категории потребителей по времени восприятия ими новинок. Классификация и характеристика категорий потребителей инноваций по их восприимчивости нового товара.
Модель покупательского поведения, потребительский рынок, характеристики покупателя, жизненный цикл потребителя, поиск информации и принятие решения о покупке, факторы культурного уровня, социальные факторы, факторы личного порядка, факторы психологического порядка. Осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку. Особенности принятия решения о покупке товара-новинки. Этапы процесса восприятия, индивидуальные различия людей в готовности восприятия новшеств, роль личного влияния, влияние характеристик товаре.
Задачи ценообразования: обеспечение выживаемости фирмы, максимизация текущей прибыли, завоевание лидерства по контролируемой доли рынка, завоевание лидерства по качеству товара. Выбор метода ценообразования. Формирование рыночной цены.);

Раздел 7 Маркетинговые решения по распределению товаров. Продвижение товара. (Каналы распределения. Функции каналов распределения. Построение каналов распределения продукции: прямой маркетинг, одноуровневый канал, многоуровневый канал (их преимущества). Товародвижение. Организация товародвижения. Методы обеспечения сотрудничества внутри каналов. Вертикальный маркетинг. Горизонтальный маркетинг. Важнейшие функции оптовой торговли.
Продвижение. Функции продвижения. Цели продвижения. Иерар-хия воздействия продвижения. Основные виды продвижения: паблисити («паблик релейшенз»); стимулирование сбыта; персональные продажи. Места по важности видов продвижения. Реклама.);

Раздел 8 Стратегический маркетинг. Международный маркетинг. (Разделы плана маркетинга, сводка контрольных показателей, текущая маркетинговая ситуация, опасности и возможности, маркетинговая возможность, задачи и проблемы, стратегия маркетинга, целевые рынки, комплекс маркетинга, уровень затрат на маркетинг, программа действий, бюджеты, порядок контроля. Разработка бюджета маркетинга, планирование на основе показателей целевой прибыли, планирование на основе оптимизации, функция реакции сбыта, статистический метод, метод экспертной оценки. Маркетинговый контроль, контроль годовых планов, стратегический контроль, ревизия маркетинга.
Тенденции международного товарообмена и инвестирования. Система международной торговли. Политико-правовая среда. Культурная среда. Целесообразность выхода на внешний рынок. Выбор рынка. Экспорт. Совместная предпринимательская деятельность. Лицензирование. Подрядное производство. Управление по контракту. Совместное владение. Прямое инвестирование.).

5 Перечень тем лекций

№ раздела / темы дисциплины	Темы лекций	Трудоемкость, *академ.час*	
		всего	**в форме практической подготовки**
Раздел 1.	Введение. Менеджмент: вид деятельности и система управления. Развитие менеджмента в прошлом и настоящем. Методологические основы менеджмента. Понятие организационной системы как объекта. Интеграционные процессы в менеджменте	2	
Раздел 2.	Моделирование ситуаций и разработка решений, природа и состав функций менеджмента. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Организационные отношения в системе менеджмента.	2	
Раздел 3.	Мотивация деятельности в менеджменте. Регулирование и контроль в системе менеджмента. Особенности менеджмента на транспорте.	2	
Раздел 4.	Лидерство. Управление человеком и группой. Кон-	2	

	фликтность в менеджменте.		
Раздел 5.	Предметы и задачи курса. Управление маркетинговой де-ятельностью. Маркетинговая среда. Сегментирование рынка и позиционирование товара на нем. Разработка и жизненный цикл товара. Маркетинговые исследования.	2	
Раздел 6.	Товары, марки, упаковка, услуги. Поведение потребителей при совершении покупки. Маркетинговые решения по ценообразованию.	2	
Раздел 7.	Маркетинговые решения по распределению товаров. Продвижение товара.	2	
Раздел 8.	Стратегический маркетинг. Международный маркетинг.	2	
Итого:		**16**	**0**

6 Перечень тем практических занятий (семинаров)

№ раздела / темы дисциплины	**Темы практических занятий (семинаров)**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
Раздел 1.	Менеджмент: вид деятельности и система управления. Развитие менеджмента в прошлом и настоящем. Методологические основы менеджмента. Понятие организационной системы как объекта. Интеграционные процессы в менеджменте.	2	
Раздел 2.	Моделирование ситуаций и разработка решений, природа и состав функций менеджмента. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Организационные отношения в системе менеджмента.	2	
Раздел 3.	Мотивация деятельности в менеджменте. Регулирование и контроль в системе менеджмента .Особенности менеджмента на транспорте.	2	

Раздел 4.	Лидерство. Управление человеком и группой. Конфликтность в менеджменте.	2	
Раздел 5.	Управление маркетинговой деятельностью. Маркетинговая среда. Сегментирование рынка и позиционирование товара на нем. Разработка и жизненный цикл товара. Маркетинговые исследования.	2	
Раздел 6.	Товары, марки, упаковка, услуги. Поведение потребителей при совершении покупки. Маркетинговые решения по ценообразованию.	2	
Раздел 7.	Маркетинговые решения по распределению товаров. Продвижение товара.	2	
Раздел 8.	Стратегический маркетинг. Международный маркетинг.	2	
Итого:		**16**	**0**

7 Перечень тем лабораторных работ

№ раздела / темы дисциплины	**Темы лабораторных работ**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
	Отсутствуют		
Итого:		**0**	**0**

8 Перечень тем курсовых работ (проектов)

№ раздела / темы дисциплины	**Темы курсовых работ (проектов)**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
	Отсутствуют		
Итого:		**0**	**0**

9 Виды самостоятельной работы

№ раздела / темы дисциплины	**Виды самостоятельной работы**	**Трудоемкость, *академ.час***	
		всего	**в форме практической подготовки**
Раздел 1.	1. Изучение лекционного материала;	5	

	2. Подготовка к практическому занятию; 3. Подготовка к текущему контролю; 4. Прохождение тестирования.		
Раздел 2.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Подготовка к текущему контролю; 4. Прохождение тестирования.	5	
Раздел 3.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Подготовка к текущему контролю; 4. Прохождение тестирования.	5	
Раздел 4.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Подготовка к текущему контролю; 4. Прохождение тестирования.	5	
Раздел 5.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Подготовка к текущему контролю; 4. Прохождение тестирования.	5	
Раздел 6.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Подготовка к текущему контролю; 4. Прохождение тестирования.	5	
Раздел 7.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Подготовка к текущему	5	

	контролю; 4. Прохождение тестирования.		
Раздел 8.	1. Изучение лекционного материала; 2. Подготовка к практическому занятию; 3. Подготовка к текущему контролю; 4. Прохождение тестирования.	5	
Итого:		**40**	**0**

10 Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной дисциплины

а) литература:

1 Дробышева, Л. А. Экономика, маркетинг, менеджмент : учебное пособие / Л. А. Дробышева. - 4-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 152 с. – URL: http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394026485.html (дата обращения: 12.04.2021);

2 Бутова, Т. Г. Управление маркетингом : учебник / Т. Г. Бутова, А. А. Казаков, А. Н. Жираткова. – Москва : Проспект, 2016. - 272 с. – URL: http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785392196692.html (дата обращения: 12.04.2021);

3 Семенов, А. К. Теория менеджмента : учебник / А. К. Семенов, В. И. Набоков. – Москва : Дашков и К, 2015. - 492 с. – URL: http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394014130.html (дата обращения: 12.04.2021);

4 Юкаева, В. С. Принятие управленческих решений : учебник / В. С. Юкаева, Е .В. Зубарева, В .В. Чувикова. – Москва : Дашков и К°, 2016. - 324 с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453952 (дата обращения: 12.04.2021);

5 Девлетов, О. У. Международный маркетинг : учебное пособие / О. У. Девлетов. – Москва : Директ - Медиа, 2015. - 377 с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429412 (дата обращения: 12.04.2021);

6 Основы менеджмента : учебник / ред. В.В. Лукашевич, И.В. Бородушко. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити-Дана, 2015. – 271 с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118632 (дата обращения: 12.04.2021);

7 Гавриленко, Н. И. Маркетинг : учебное пособие / Н. И. Гавриленко. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 194 с. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=273611 (дата обращения: 12.04.2021);

8 Маслова, Е. Л. Теория менеджмент : практикум / Е. Л. Маслова. – Москва : Дашков и К, 2014. - 160 с. – URL:

http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394022173.html (дата обращения: 12.04.2021).

б) ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1 Консультант студента. Электронная библиотека технического ВУЗа : электронно-библиотечная система / ООО «Политехресурс». – Москва, [200 –]. – URL: http://www.studentlibrary.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

2 ЛАНЬ : электронно-библиотечная система : [коллекция «Инженерно-технические науки»] / ООО «Издательство Лань». – Санкт-Петербург, [200 –]. – URL: http://e.lanbook.com. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

3 НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА eLIBRARY.RU : база данных / ООО «НЭБ». – Москва, [200 –]. – URL: http://elibrary.ru. – Режим доступа: по подписке;

4 Образовательная платформа ЮРАЙТ / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, [200 –]. – URL: https://urait.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

5 Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система / ООО «Директ-Медиа». – Москва, [200 –]. – URL: http://www.biblioclub.ru. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

6 Электронная библиотека // Научно-техническая библиотека СибГИУ : сайт. – Новокузнецк, [200 –]. – URL: http://library.sibsiu.ru/LibrELibraryFullText.asp. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

7 Электронная библиотека УМЦ ЖДТ : [коллекция «Эксплуатация железных дорог»] / ФГБУ ДПО «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте». – Москва, [2013 –]. – URL: https://umczdt.ru/books/. – Режим доступа: для авторизир. пользователей;

8 Электронный каталог : сайт / Научно-техническая библиотека СибГИУ. – Новокузнецк, [199 –]. – URL: http://libr.sibsiu.ru.

в) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– ABBYY FineReader 11;
– Kaspersky Endpoint Security;
– Microsoft Office 2007;
– Microsoft Office 2010;
– Microsoft Windows 7;
– Система ГАРАНТ.

г) базы данных и информационно-справочные системы:

1 КонсультантПлюс : справочно-правовая система / ООО «Информационный центр АНВИК». – Новокузнецк, [199 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть библиотеки Сиб. гос. индустр. ун-та.;

2 Система ГАРАНТ : электронный периодический справочник / ООО «Правовой центр «Гарант». – Кемерово, [200 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.;

3 Техэксперт : информационно-справочная система / ООО «Группа компаний «Кодекс». – Кемерово, [200 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть Сиб. гос. индустр. ун-та.;

4 Электронный реферативный журнал (ЭлРЖ) : база данных / ВИНИТИ РАН. – Москва, [200 –]. – Режим доступа: компьютерная сеть библиотеки Сиб. гос. индустр. ун-та.

11 Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины включает учебные аудитории, оснащенные оборудованием, компьютерной техникой, и техническими средствами обучения, в том числе:
- учебную аудиторию для проведения занятий лекционного типа, оборудованную учебной доской, экраном и мультимедийным проектором;
- учебную аудиторию для проведения занятий семинарского типа (практических занятий);
- учебную аудиторию (помещения) для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации;
- помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду, научно-техническую библиотеку СибГИУ.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки (специальности) 23.05.04 «Эксплуатация железных дорог».

Составитель(и):

заведующий кафедрой Борисова Татьяна Николаевна (кафедра менеджмента и отраслевой экономики).

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и утверждена на заседании кафедры.

Панкратова Наталья Валентиновна

Подписано цифровой подписью: Панкратова Наталья Валентиновна
DN: dc=ru, dc=sibsiu, ou=ОД, cn=Панкратова Наталья Валентиновна, email=sec_nr@sibsiu.ru
Дата: 2021.05.31 13:32:03 +07'00'

Приложение А

Аннотация
рабочей программы дисциплины «Менеджмент и маркетинг на транспорте»

по направлению подготовки (специальности)
23.05.04 «Эксплуатация железных дорог»
(направленность (профиль): «Промышленный транспорт»)
форма обучения – Очная форма

1 Цели и задачи освоения учебной дисциплины

Целями учебной дисциплины являются:

– ознакомление обучающихся с основами современной теории и практики управления;
– формирование профессионала, владеющего законами, категориями, принципами управления, умеющего творчески реализовать их на практике в конкретных ситуациях;
– формирование у обучающихся представления о том, что маркетинг является инструментом достижения поставленных предприятием экономических и социальных целей посредством эффективного удовлетворения потребностей благодаря производству и предложения конкурентоспособных товаров;
– формирование навыков по исследованию рынка.

Задачами учебной дисциплины являются:

– усвоение основных понятий, определений, методов и приемов менеджмента;
– применение знаний в области менеджмента творческой деятельности в профессиональной сфере;
– представление о субъекте и объекте управления, особенностях управления организациями в современных условиях;
– приобретение опыта принятия объективных управленческих и организационных решений, их оценки и анализа;
– решение задач по выработке общих стратегий и определять конкретные маркетинговые стратегии: товарную, ценовую, сбытовую, коммуникационную и т.д.;
– маркетинговый подход способствует выбору наиболее успешной тактики поведения на рынке и осуществлению строгого контроля (мониторинга) в течение всего процесса реализации маркетинговой программы предприятия.

2 Место учебной дисциплины в структуре ООП по направлению подготовки (специальности)

Учебная дисциплина относится к учебным дисциплинам обязательной части **Блока 1 «Дисциплины (модули)»** ООП по направлению подготовки (специальности) 23.05.04 «Эксплуатация железных дорог».

Учебная дисциплина базируется на предварительном усвоении обучающимися учебных дисциплин:

– Организационная психология;
– Культура речи и деловое общение;
– Культурология.

Учебная дисциплина дополняет знания, умения и навыки, получаемые по одновременно изучаемым и последующим дисциплинам:

– Основы логистики на транспорте;
– Организация технологических перевозок на промышленном транспорте.

3 Планируемые результаты обучения по учебной дисциплине

Процесс изучения учебной дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

– Общепрофессиональные компетенции

Наименование категории (группы) ОПК	Код и наименование ОПК	Код и наименование индикатора достижения ОПК	Планируемые результаты обучения
Организация и управление производством	ОПК-7: Способен организовывать работу предприятий и его подразделений, направлять деятельность на развитие производства и материально-технической базы, внедрение новой техники на основе рационального и эффективного использования технических и материальных ресурсов; находить и принимать обоснованные управленческие решения на основе теоретических знаний по экономике и организации производства	ОПК-7.2 Применяет методы организации и планирования производственных процессов; современные методы управления персоналом	– знать: методы организации и планирования производственных процессов; современные методы управления персоналом. – уметь: применять методы организации и планирования производственных процессов. – владеть: методами эффективного управления подразделением и предприятием.
		ОПК-7.3 Анализирует основные финансовые документы при планировании производственно-хозяйственной деятельности и составлении отчетности предприятия	– знать: перечень документов отчетности производственно-хозяйственной деятельности. – уметь: анализировать основные финансовые доку-

			менты. – владеть: навыками заполнения графиков исполненной работы, расчёта учетной карточки, заполнения комплекта перевозочных документов, ведения журналов учета подвижного состава.
		ОПК-7.4 Принимает экономически обоснованные инженерно-технические, организационные и управленческие решения	– знать: классификацию основных материалов, применяемых на транспорте, их строение, свойства и области применения. – уметь: применять полученные знания для выявления сущности проблем, возникающих в профессиональной деятельности и их своевременного решения. – владеть: навыками выбора материалов для применения при эксплуатации транспортных машин с учетом комплекса их свойств и требований безопасной, эффективной эксплуатации и стоимости.
		ОПК-7.5 Использует современные экономические методы повышения эффективности использования ресурсов	– знать: экономические методы повышения эффективности использования ресурсов. – уметь: использовать элементы ресурсосбережения на транспорте.

			– владеть: адаптацией экономических методов повышения эффективности использования ресурсов.
		ОПК-7.6 Разрабатывает бизнес-планы инновационных проектов и производит расчеты основных экономических показателей	– знать: основы бизнес-планирования на транспорте. – уметь: производить расчеты основных экономических показателей на транспорте. – владеть: навыками разработки бизнес- планов инновационных проектов и выполнения расчетов основных экономических показателей.
Организационно-кадровая работа	ОПК-9: Способен контролировать правильность применения системы оплаты труда и материального, и нематериального стимулирования работников	ОПК-9.3 Осваивает и применяет методы трудовой мотивации сотрудников	– знать: систему материального и нематериального стимулирования персонала. – уметь: контролировать правильность применения системы оплаты труда. – владеть: способностью к трудовой мотивации сотрудников.
		ОПК-9.4 Осуществляет реализацию различных социальных программ, проводит корпоративные мероприятия, предоставляет сотрудникам возможность участия в принятии важных решений	– знать: различные социальные программы. – уметь: реализовать программу «Кадровый резерв». – владеть: способностью реализовывать различные социальные программы.

– Универсальные компетенции

Наименование категории (группы) УК	Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения УК	Планируемые результаты обучения
Системное и критическое мышление	УК-1: Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.2 Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи	– знать: информационное обеспечение и системы обеспечения информационной безопасности перевозок грузов в смешанном сообщении. – уметь: решать поставленные задачи в области транспорта. – владеть: методами анализа функционирования транспортных потоков.
		УК-1.3 Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивает их преимущества и риски	– знать: научные основы технологических процессов распределения перевозок между различными видами транспорта. – уметь: оценивать преимущества и риски альтернативных вариантов по перевозке грузов. – владеть: навыками решения задач с учетом их преимуществ и рисков.

4 Объем учебной дисциплины

Семестр / курс		***ИТОГО***	***6 семестр***
Форма промежуточной аттестации			*зачет*
Трудоёмкость	*академ. час.*	***72***	*72*
	зачетных единиц	***2***	*2*
Лекции, *академ. час.*		***16***	*16*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Лабораторные работы, *академ. час.*		***0***	*0*
в форме практической подготовки		***0***	*0*
Практические занятия, *академ. час.*		***16***	*16*
в форме практической подготовки		***0***	*0*

Курсовая работа / проект, *академ. час.*	***0***	*0*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Консультации, *академ. час.*	***0***	*0*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Самостоятельная работа, *академ. час.*	***40***	*40*
в форме практической подготовки	***0***	*0*
Контроль, *академ. час.*	***0***	*0*
в форме практической подготовки	***0***	*0*

5 Краткое содержание учебной дисциплины

В структуре учебной дисциплины выделяются следующие основные разделы (темы):

Раздел 1 Введение. Менеджмент: вид деятельности и система управления. Развитие менеджмента в прошлом и настоящем. Методологические основы менеджмента. Понятие организационной системы как объекта. Интеграционные процессы в менеджменте (Понятие менеджмента как вида деятельности, как науки об управлении организациями и системе управления. Функциональные виды менеджмента (экономический, инженерный, финансовый, правовой и др.) Этапы развития менеджмента. Основные этапы развития системы управления отечественным транспортном и ее современное состояние.

Объект и предмет менеджмента как науки об управлении. Понятие организационной системы как объекта менеджмента. Задача управления. Главные параметры управления. Методологические основы и особенности организации управления на транспорте. Организационные структуры управления отечественным транспортом и ее современное состояние.

Понятие о централизации и децентрализации в управлении. Выгоды и недостатки интеграционных процессов. Общие принципы объединения бизнес-процессов. Консолидация или факторы эффективности.);

Раздел 2 Моделирование ситуаций и разработка решений, природа и состав функций менеджмента. Стратегические и тактические планы в системе менеджмента. Организационные отношения в системе менеджмента. (Модели ситуаций и управленческих решений. Критерий оптимальности решений. Модель максимизации прибыли. Модель минимизации затрат. Понятие о ресурсах как средства достижения целей бизнеса. Модели управления ресурсами (одно продуктовые, много продуктовые, вероятностные и детерминированные). Модели разработки решений с учетом рисков.

Понятие о стратегии и тактике развития. Планирование процессов развития. Сбалансированное развитие - основа высоких темпов роста и выживания в условиях рынка. Формирование экстенсивного и интенсивного типа развития в процессе стратегического и тактического планирования на транспорте.

Отношения подчинения и власти. Определение власти. Типы власти.

Вертикальная стратификация. Понятие административной и функциональной власти. Отношения равноправного партнерства.);

Раздел 3 Мотивация деятельности в менеджменте. Регулирование и контроль в системе менеджмента. Особенности менеджмента на транспорте. (Мотивация как логическое обоснование деятельности, направленной на достижение определенных целей. Первичные и вторичные потребности. Закон вознаграждения и результата. Основные понятия теории справедливости и удовлетворения потребностей.

Регулирование и контроль как функции менеджмента. Контроль как средство обратной связи в контуре управления. Значение контроля при принятии решений. Организация регулирования и контроля. Характеристика контроля по способам проведения. Контроль по отклонениям. Управление развитием и использованием производственных мощностей транспорта. Управление перевозочным процессом. Информационное обеспечение процессов управления на транспорте. Государственное регулирование на транспорте.);

Раздел 4 Лидерство. Управление человеком и группой. Конфликтность в менеджменте. (Коллектив и малая социальная группа. Формальное и неформально лидерство. Общая модель коммуникаций. Лидерство в малых группах. Руководство и лидерство. Стили лидерства. Личность и ее структура. Понятие о группах и коллективах. Структура группы. Основные принципы организации и управления группой.

Понятие конфликта в менеджменте. Функциональные и дисфункциональные конфликты. Структурные методы разрешения конфликтов. Стили разрешения конфликтов. Методы управления конфликтами.);

Раздел 5 Предметы и задачи курса. Управление маркетинговой де-ятельностью. Маркетинговая среда. Сегментирование рынка и позиционирование товара на нем. Разработка и жизненный цикл товара. Маркетинговые исследования. (Нужды, потребности, запросы, товар, обмен, сделка и рынок. Концепции маркетинга, задачи, решение которых необходимо для достижения желаемых уровней сбыта на разных рынках, принципы и методы их решения. Цели маркетинговой деятельности: Достижение максимально возможного потребления.

Достижение максимальной потребительской удовлетворенности. Предоставление максимально широкого выбора. Максимальное повышение качества жизни.

Поставщики, посредники, клиенты, конкуренты, рынок. Факторы в экономике. политике, окружающей среде, политике, культуре, научно- технические факторы.

Массовый маркетинг, товарно-дифференцированный маркетинг, целевой маркетинг. Мероприятия целевого маркетинга. Сегмент. Сегментация. Сегментирование рынка. Переменные, используемые для сегментирования потребительских рынков. Выбор целевого сегмента. Три ва-

рианта стратегии охвата рынка.
Позиционирование товара на рынке: практическое позиционирование, позиционирование, позиционирование товара с учетом кластеров потребителей.
Формирование идей, отбор идей, замысел товара. Разработка стратегии маркетинга. Разработка товара. Испытания в рыночных условиях. Развертывание коммерческого производства. Этап выведения товара на рынок, этап становления товара на рынке, этап зрелости, этап упадка.);

Раздел 6 Товары, марки, упаковка, услуги. Поведение потребителей при совершении покупки. Маркетинговые решения по ценообразованию. (Товар. Товарная единица. Уровни товара: товар по замыслу. Товар в реальном исполнении, товар с подкреплением. Упаковка. Маркетинг услуг. Классификация услуг. Отличительные черты услуги, в отличие от товара. Характерные черты маркетинга услуг. Концепция жизненного цикла товара.
Новинка. Восприятие. Этапы процесса восприятия товара-новинки. Категории потребителей по времени восприятия ими новинок. Классификация и характеристика категорий потребителей инноваций по их восприимчивости нового товара.
Модель покупательского поведения, потребительский рынок, характеристики покупателя, жизненный цикл потребителя, поиск информации и принятие решения о покупке, факторы культурного уровня, социальные факторы, факторы личного порядка, факторы психологического порядка. Осознание проблемы, поиск информации, оценка вариантов, решение о покупке, реакция на покупку. Особенности принятия решения о покупке товара-новинки. Этапы процесса восприятия, индивидуальные различия людей в готовности восприятия новшеств, роль личного влияния, влияние характеристик товаре.
Задачи ценообразования: обеспечение выживаемости фирмы, максимизация текущей прибыли, завоевание лидерства по контролируемой доли рынка, завоевание лидерства по качеству товара. Выбор метода ценообразования. Формирование рыночной цены.);

Раздел 7 Маркетинговые решения по распределению товаров. Продвижение товара. (Каналы распределения. Функции каналов распределения. Построение каналов распределения продукции: прямой маркетинг, одноуровневый канал, многоуровневый канал (их преимущества). Товародвижение. Организация товародвижения. Методы обеспечения сотрудничества внутри каналов. Вертикальный маркетинг. Горизонтальный маркетинг. Важнейшие функции оптовой торговли. Продвижение. Функции продвижения. Цели продвижения. Иерар-хия воздействия продвижения. Основные виды продвижения: паблисити («паблик релейшенз»); стимулирование сбыта; персональные продажи. Места по важности видов продвижения. Реклама.);

Раздел 8 Стратегический маркетинг. Международный маркетинг. (Разделы плана маркетинга, сводка контрольных показателей, текущая

маркетинговая ситуация, опасности и возможности, маркетинговая возможность, задачи и проблемы, стратегия маркетинга, целевые рынки, комплекс маркетинга, уровень затрат на маркетинг, программа действий, бюджеты, порядок контроля. Разработка бюджета маркетинга, планирование на основе показателей целевой прибыли, планирование на основе оптимизации, функция реакции сбыта, статистический метод, метод экспертной оценки. Маркетинговый контроль, контроль годовых планов, стратегический контроль, ревизия маркетинга.
Тенденции международного товарообмена и инвестирования. Система международной торговли. Политико-правовая среда. Культурная среда. Целесообразность выхода на внешний рынок. Выбор рынка. Экспорт. Совместная предпринимательская деятельность. Лицензирование. Подрядное производство. Управление по контракту. Совместное владение. Прямое инвестирование.).

6 Составитель(и):

заведующий кафедрой Борисова Татьяна Николаевна (кафедра менеджмента и отраслевой экономики).